

AKTIFITAS PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI SABANG PROVINSI NANGROE ACEH DARUSSALAM

Mahyuzar*

Staf Pengajar FKIP Universitas ABULYATAMA
Banda Aceh

ABSTRAK. Potensi pariwisata Sabang sebagai daerah tujuan utama wisata Aceh, seharusnya menjadi tolak ukur keberhasilan pariwisata di Nanggroe Aceh Darussalam. Apalagi Kota Sabang sama sekali tidak terkontaminasi oleh gangguan keamanan (konflik) karena faktor pengamanan yang maksimal oleh TNI/POLRI, juga tidak strategis bagi pihak GAM. Namun perkembangan pariwisata Sabang tidak berkembang sebagaimana layaknya kawasan wisata lain di Indonesia. Padahal Undang-undang No.37 tahun 2000 tentang Penetapan Sabang menjadi Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas di wilayah Indonesia Bagian Barat, telah memberi kesempatan kebebasan bagi perkembangan kawasan wisata setempat. Rendahnya promosi yang dilakukan Pemda menjadi salah satu faktor terkendalanya perkembangan pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep kebijakan yang tumpang tindih antara Pemda Kota Sabang, Badan Pelaksana Kawasan Sabang dan Dinas Pariwisata NAD, menyebabkan kelambatan pengembangan pariwisata Sabang. Media promosi yang digunakan Pemda Sabang dalam mempromosikan Pariwisata masih terbatas pada media periklanan, dan peningkatan kualitas SDM Pemda melalui pelatihan dan pembinaan belum optimal, sehingga aktifitas dalam mengelola promosi juga masih belum maksimal. Persepsi dan pemahaman masyarakat atas aktifitas promosi yang dilakukan Pemda dianggap masih sangat sedikit, namun partisipasi dalam mempromosikan kawasan wisata oleh masyarakat dan wisatawan sudah sangat tinggi.

Kata Kunci: Aktifitas Promosi dan Pengembangan Pariwisata.

ABSTRACT. Sabang tourism potentials as the main tourism object of Aceh should be enhanced for the sake of successful tourism in Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), especially as Sabang has never been interrupted by safety conflicts. The Indonesian Army/Police always keep the territory in peace besides it is not a strategic place for Aceh Movement Liberty (GAM) party. Nevertheless the tourism potential of Sabang has not yet developed as other tourism objects of Indonesia though Law Nr.37 of the year 2000 gave the free opportunity for developing of tourism area. The great lacking in promoting of tourism by Local Government (Pemda) was one of tourism development constraints. The result shows that the over-lapping policy concept among Local Government Sabang, BPKS and Tourism Office of NAD was the reason for the lag in tourism development in Sabang. Promotion media used by Local Government Sabang in promoting of Tourism was still limited on advertisement media. Further, the

improvement of Human Resource Development of Local Government Sabang through some training and guiding has not yet been optimum, therefore the activity of providing of promotion has not been maximum as well. The perception and the understanding of society on promotion activity done by Local Government seemed so limited, but the participation of their and also the tourists in promoting of tourism area was very good.

Keywords: Promotion Activity and development of tourism.

PENDAHULUAN

Kota Sabang merupakan bagian Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) yang terletak di ujung paling barat Negara Kesatuan Republik Indonesia, tepatnya di ujung paling utara Pulau Sumatera atau antara garis Lintang Selatan 05°46'28' dan 05°54'28' Lintang Utara dan Garis Bujur 95°13'02 sampai 95°22'56' Bujur Timur dengan ketinggian rata-rata 28 meter di atas permukaan laut dan letaknya yang strategis pada jalur pelayaran dan penerbangan internasional. Kota Sabang terdiri dari beberapa buah pulau yaitu: Pulau Weh sebagai pulau terbesar dan merupakan pusat ibu kota, kemudian yang mengelilinginya adalah Pulau Klah, Pulau Rubiah, Pulau Seulako, dan Pulau Rondo. (Monografi kota Sabang, 2002).

Terdapat beberapa buah danau sebagai objek wisata alamiah yang menjadi Daerah Tujuan Wisata Utama (DTW) di Kota Sabang, yaitu: Taman Laut Pulau Rubiah, Danau Aneuk Laot, Danau Paya Seunara, Danau Paya Karieng, Danau Paya Peutepen dan Danau Paya Seumeusi, Pantai Gapang, Pantai Kasih, Pantai Anoi Itam, Sumber Air Panas dan Tugu Kilometer Nol Republik Indonesia yang menghadap kearah Samudera Hindia. Kawasan puncak ini sangat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara dan merupakan puncak tertinggi di pulau weh (Sabang).

Objek wisata di Kota Sabang yang tersebar di hampir seluruh Pulau Weh, maka objek wisata tersebut dibagi dalam 4 (empat) kawasan, dengan perincian 3 (tiga) buah kawasan wisata terpadu dan 1 (satu) buah sebagai kawasan pengembangan objek dan daya tarik wisata kota. Lebih jelasnya secara terinci dapat diuraikan sebagai berikut :

- Kawasan Wisata Iboih; meliputi Tugu Km 0 (Nol), dan Taman Laut Pulau Rubiah
- Kawasan Wisata Gapang; meliputi semenanjung Gapang
- Kawasan Wisata Lheung Angen; meliputi area Gua Sarang
- Kawasan bagi pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Kota; meliputi Danau Aneuk Laot, Pantai Kasih, Pantai Sumur Tiga, Krueng Pria Laot, Pantai Anoi Itam dan sumber air panas (LP-Unsyiah,2002)

Dari keempat kawasan wisata tersebut, tiga kawasan wisata berada di Kelurahan Iboih yaitu kawasan wisata Iboih, kawasan wisata Gapang dan kawasan wisata Lheung Angen. Selain itu dari empat kawasan wisata tersebut Iboih dijadikan sebagai sentra pengembangan kawasan wisata, karena memiliki keunggulan yang sangat khas serta alami yang tidak dimiliki oleh daerah lain di

Aktifitas Promosi dalam Pengembangan Pariwisata di Sabang Provinsi Nangroe Aceh Darussalam (Mahyuzar)

Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam, sehingga dijadikan dasar pijakan pariwisata dan daya tarik yang paling besar.

Sektor Pariwisata ini merupakan salah satu sektor yang dapat menunjang pendapatan negara, daerah sekaligus masyarakat setempat. Usaha untuk meningkatkan kunjungan wisatawan memang terus dilakukan oleh pemda setempat, apalagi saat ini Sabang sudah menjadi pelabuhan bebas dan perdagangan bebas (Undang-undang No.37 tahun 2000, dan KAPET Sabang; Kepres no. 171 Thn.1998 tentang Kawasan Pengembangan Ekonomi Terpadu) maka diharapkan kunjungan wisatawan terus mengalir ke daerah ini.

Namun, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dalam tujuh tahun terakhir mengalami pasang surut (padahal daerah ini merupakan satu-satunya kawasan ter'aman' karena samasekali tidak terimbas oleh konflik di NAD) hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Kota Sabang Tahun 1996-2003

NO	TAHUN	JUMLAH	%
1	1996	2634	21.65
2	1997	3010	24.73
3	1998	1740	14.30
4	1999	981	8.06
5	2000	1409	11.58
6	2001	1174	9.65
7	2002	968	7.95
8	Sampai Mei 2003	253	2.08
Total		12169	100

Sumber: Diskebpar Kota Sabang, 2003

Tabel 2. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Lokal Ke Kota Sabang Tahun 2001-2003

NO	TAHUN	JUMLAH	%
1	2001	87217	43.84
2	2002	75400	37.90
3	Sampai Mei 2003	36318	18.26
Total		198.935	100

Sumber: Diskebpar Kota Sabang, 2003

Jika dilihat pada tabel-tabel di atas, kiranya dapat dipahami bahwa jumlah kunjungan wisatawan secara bertahap terjadi penurunan dari tahun ke tahun. Ada banyak faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah wisatawan

terutama wisatawan asing. Apalagi setelah tahun 1998 sampai 2003 terjadi penurunan yang sangat drastis.

Agak berbeda dengan data Monografi dari Bappeda & BPS Kota Sabang (1998), disebutkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 1997 jumlahnya mencapai 4.640 orang dan wisatawan nusantara sebanyak 43.499 orang. Namun pada tahun 1998 jumlah wisatawan mancanegara menurun sekitar 32 persen (3174 orang), sementara wisatawan nusantara naik sebesar 4,29 persen (45.368 orang).

Faktor terpenting adalah kemampuan dan potensi para pengelola/SDM Pegawai Pemda Kota Sabang (khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) dalam mempromosikan dan mensosialisasikan objek kawasan wisata. Peneliti mengutip pernyataan Saydam (1995:24) yang menjelaskan bahwa:

"Selain tenaga terampil di bidang pariwisata, kita juga membutuhkan tenaga ahli kepariwisataan. Tenaga ahli yang memiliki wawasan luas, baik dibidang perencanaan, pengembangan maupun pemasaran. Semua itu, baik tenaga-tenaga terampil di industri wisata maupun tenaga-tenaga ahli tadi, harus memiliki sikap yang benar-benar professional".

Selanjutnya adalah Keterpaduan Konsep dan pola kebijakan pengembangan kawasan pariwisata Sabang, dimana strategi pengembangannya dikelola oleh banyak pihak yaitu Pemda Prof NAD, Pemda Kota Sabang dan Badan Pengusahaan Kawasan Sabang (BPKS) sebagai pelaksana UU No.37 tahun 2000, dan yang terakhir adalah Badan Pengelola Kapet (Kawasan Pengembangan ekonomi Terpadu) Sabang yang ditetapkan melalui SK Presiden No.171 tahun 1998. Murphy (dalam Yoeti,2002:52) mengatakan bahwa "pengembangan pembangunan pariwisata adalah untuk memperoleh dampak positif bagi perkembangan ekonomi pemerintah dan dunia usaha". Ungkapan ini kiranya merupakan landasan atau pijakan pemerintah untuk mengembangkan industri pariwisata, disamping untuk meningkatkan devisa kiranya juga dapat membuka lapangan kerja terutama bagi masyarakat disekitar kawasan objek wisata.

Penelitian ini menganalisis secara kualitatif SDM yang dimiliki dan ragam promosi pariwisata yang dilakukan oleh Pemda Kota Sabang, dan menganalisis konsep kebijakan dari masing-masing pengelola pariwisata Sabang. Untuk itu rumusan masalah yang diteliti adalah; 1). Bagaimana sebenarnya potensi SDM yang dimiliki oleh DiskebPar Kota Sabang dan Bentuk promosi apasaja yang telah dilakukan ? 2) Apakah konsep strategi pengembangan pariwisata Sabang telah selaras dalam keterpaduan untuk mengembangkan kawasan wisata tersebut, atau konsep strateginya masing-masing berdiri sendiri berdasarkan kewenangan masing-masing?.

Berdasarkan gambaran dan rumusasan masalah di atas, maka maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) efektifitas SDM pada Diskebpar Kota Sabang dan model promosi yang ditawarkan kepada khalayak luas terhadap daya tarik kunjungan wisatawan ke daerah tersebut, 2) Pengaruh Konsep kebijakan

terhadap pengembangan kawasan wisata Sabang. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengoptimalkan promosi kepariwisataan melalui peningkatan kualitas pengelola pariwisata dan sinkronisasi strategi kebijakan pengembangan kepariwisataan di Kota Sabang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menemukan suatu model promosi yang tepat serta searah dengan strategi kebijakan yang telah ditetapkan bagi pengembangan kepariwisataan di Kota Sabang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif, dengan menggunakan pendekatan Kualitatif (Rusidi, 1999) yang sifatnya sebagai *naturalistic inquiry* (penelitian alamiah) (Bogdan & Taylor, 1982, juga Moleong, 2000). Analisis yang digunakan melalui pendekatan analisis SWOT (Kotler, 2000) untuk mengklasifikasikan dan mempertajam analisis melalui evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap permasalahan penelitian yang dikaji. Metode ini digunakan untuk menggambarkan berbagai fakta dan aktifitas serta perilaku para pengelola kepariwisataan dan beragam kebijakan yang ditetapkan oleh beberapa pihak terkait dengan pengembangan kepariwisataan di Kota Sabang.

Di samping itu penulis juga melengkapi teknik pengumpulan data (informasi) melalui tahapan; Pengamatan berperan-serta (*Parsipatory Observation*), Wawancara mendalam (*depth interview*), dan analisis dokumentasi. (Mulyana, 2001).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

SDM Pemda Kota Sabang dan Aktifitas Promosi.

Penelitian yang dilakukan oleh Marzuki (2000) tentang sarana dan prasarana pariwisata Sabang, menemukan bahwa secara kuantitatif sudah mencukupi, namun dari segi kualitas masih sangat minim. Contohnya landasan udara Maimun Saleh kondisinya memprihatinkan, demikian juga banyak masih badan jalan yang menghubungkan antar kawasan wisata yang rusak. Yoeti (1997) telah mengingatkan bahwa ada tiga faktor yang menentukan keberhasilan dalam pengembangan pariwisata, yaitu obyek & atraksi wisata, *accessibility*, dan *amenities*.

Berkenaan dengan sarana promosi yang digunakan untuk mensosialisasikan kepariwisataan Sabang, hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Nourman (2001) yang dilakukan di Sabang, pada bagian promosi mengungkapkan bahwa:

“Usaha pengembangan pariwisata Sabang dengan menggunakan promosi masih terbatas pada bahan-bahan informasi dalam bentuk cetakan seperti *booklet*, *leaflet* dan *billboard* / *papan petunjuk*. Jadi usaha promosinya masih sangat minim baik dari segi konsep, metode, teknik, dan jenisnya. Pemda belum memanfaatkan media elektronik berupa video, televisi, radio maupun

internet sehingga jangkauan kegiatan promosi yang di lakukan selama ini masih sangat terbatas pada daerah sekitarnya”.

Selanjutnya, penelitian Firman (2003) juga menemukan hanya ada tiga media periklanan yang digunakan untuk mempromosikan kawasan objek wisata Sabang yakni booklet, leaflet dan billboard. Yoety (1997) menjelaskan bahwa wisatawan yang berkunjung bukan hanya ingin melihat keindahan panorama alam, namun juga ingin menyaksikan budaya dan tari tradisional setempat.

Dari deskripsi di atas, peneliti akhirnya juga mengumpulkan hasil observasi selama dilokasi penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. Atraksi wisata dan Promosi Produk Wisata

NO	URAIAN	JENIS	JUMLAH	KETERANGAN
1	Produk Promosi wisata:			
	a). Objek Kawasan Wisata	Brosur	100	Data hanya
		Booklet	500	diperoleh dari
		Pos Card	500	informasi dari staf
		City & Tourism Map	100	Diskebpar, 12 Juni
		Billboard	34	2003.
		Internet	4	1 milik Pemda, 3 milik swasta.
	a). Home Industri	Toko Souvenir	1	-
		Bakpia Kacang Hijau	1	Ada pada hampir
		Dodol Aneka Rasa	2	setiap rumah
		Manisan Kedondong	-	
2	Atraksi Wisata (Kesenian Tari Tradisional)	Seudati	1	Kegiatan kesenian
		Saman	1	nyaris tidak aktif,
		Ranub Lam Puan	1	kecuali saat acara-acara tertentu.

Sumber: Hasil Observasi Penelitian,2003

Jika di hubungkan hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sampai saat penelitian ini dilakukan ternyata perkembangan promosinya masih sangat lambat sekali baik dari kualitas media yang digunakan maupun cakupan luas penyebaran promosinya.

Hal ini berkaitan erat dengan SDM dari pengelola promosi tersebut, yaitu para pegawai di Dinas Kebudayaan dan Kepariwisata (Diskebpar) Pemda Kota Sabang. Pegawai Diskebpar saat ini berjumlah 23 orang, terdiri dari 19 orang PNS dan 4 orang honorer. Gelar kesarjanaan Strata 2 (S2) ada 1 orang yaitu Kepala Diskebpar, gelar sarjana strata 1 (S1) sebanyak 11 orang, sarjana muda 4 orang, selebihnya tamatan SLTA. Dari jumlah pegawai yang ada hanya 2 orang yang tamatan DIII Pariwisata. Secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Data Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sabang

STATUS	PENDIDIKAN	GOL	JUMLAH
PNS	S2	IV/b	1
	S1	III/a – III/d	11
	DIII	II/d – III/b	4
	SMA	II/a – II/c	3
HONORER	SMA	-	4

Sumber: Diskebpar Kota Sabang, 2003.

Tabel di atas menggambarkan peta kekuatan yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sabang. Dilihat dari sisi jumlah, untuk daerah seluas Kota Sabang dapat dianggap memadai, dan dari segi potensi sumber daya manusianya juga dapat dianggap sangat potensial karena sebagian tenaga pegawai yang ada masih relatif muda (produktifitas tinggi), bahkan dari segi pendidikan formal sebahagian besar sudah Sarjana (S1).

Namun, hasil pengamatan peneliti menemukan fakta bahwa umumnya mereka tidak memiliki skill khusus sebagai PR, mereka juga tidak tahu persis bagaimana cara memasarkan objek wisata dengan alat promosi seperti publisitas dan hubungan masyarakat, bahkan 2 orang yang memiliki gelar DIII Pariwisata juga tidak mampu mengaplikasikan ilmunya. Menurut Kotler (2000:691) PR adalah orang pertama yang mengkomunikasikan suatu produk atau jasa kepada pelanggan, melalui media publikasi, berita, pelayanan masyarakat dan media indentitas. Kemampuan ini tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh Pemda Kota Sabang. Mereka melakukan publisikasi masih sebatas mengenalkan adanya objek wisata Sabang, selebihnya pembinaan internal dan pembangunan fisik.

Secara singkat bahan-bahan promosi secara keseluruhan yang ada dan digunakan dalam pengembangan pariwisata Sabang dapat peneliti simpulkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 5. Aktivitas dan Media Promosi Pariwisata yang ada Di Kota Sabang saat ini

NO	JENIS	SASARAN	KETERANGAN
1	Informasi dari mulut ke mulut	Keluarga, rekan-rekan yang terdekat (pertemanan).	Dilakukan secara sukarela oleh wisatawan, guide, dan pemilik jasa wisata
2	Media Internet (Swasta)	Menarik wisatawan Asing (mancanegara) untuk menggunakan jasa wisata	Dilakukan secara mandiri oleh pemilik jasa wisata
3	Bahan cetakan; - booklet - leaflet - billboard,dll	Sebagai informasi kawasan wisata, dan petunjuk lokasi-lokasi wisata	Dilakukan oleh Pemda Kota Sabang
4	Media Internet (Pemda)	Mengenalkan objek wisata Sabang secara meluas	Dilakukan oleh Pemda Kota Sabang dengan system Kemitraan.

Sumber: Hasil Observasi Penelitian, 2003

Kebijakan Pengembangan Kepariwisata Sabang.

Penetapan otonomi daerah bagi Dinas Pariwisata Provinsi mempunyai arti bahwa Pemerintah Pusat (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata) hanya bertindak sebagai fasilitator saja dan sebatas menjual image, sedangkan yang menjual produk industri pariwisata adalah Pemerindah Daerah dan khusus untuk Prov.NAD sepenuhnya wewenang Pemda Tingkat-I (Yoeti,2002:vii). Berdasarkan Undang-Undang No.22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, Undang-undang No.25 tahun 1999 tentang perimbangan keuangan antara Pusat dan Daerah, dan untuk NAD di khususkan lagi dengan Undang-undang No.18 tahun 2001 tentang Otonomi Khusus bagi Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Dengan demikian Prov NAD memiliki kewenangan bukan saja dalam perencanaan pengembangan pariwisata, tetapi juga dalam perencanaan pemasaran dan promosi yang selama ini dilakukan pemerintah pusat, kini sepenuhnya kewenangan dari prov.NAD.

Di dalam RIPDA Nanggroe Aceh Darussalam, dalam kebijakan pengembangan pariwisata, membagi wilayah pengembangan objek wisata di daerah ini kedalam 2 (dua) sentra, dimana Kota Sabang termasuk dalam sentra satu yaitu Wisata Banda Aceh. Untuk itu pola strategi pengembangan wisata Sabang oleh Pemda Kota Sabang diharapkan mengikuti pola pengembangan yang

telah ditetapkan oleh Pemda NAD, dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Ketentuan ini mempedomani Undang-undang No.18 tahun 2001 tentang Otonomi Khusus bagi Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, dimana otonomi hanya terpusat pada Daerah Tingkat I, artinya daerah tingkat-II tetap tunduk kepada Pemda Tingkat-I dalam pelaksanaan Pemerintahan Daerah.

Pada sisi lain, Pemda Kota Sabang juga dihadapkan dengan institusi yang memiliki kekuatan perundang-undangan untuk penanganan pengembangan kawasan Sabang yaitu BPKS (Badan Pengusahaan Kawasan Sabang) sebagai pelaksana Undang-undang No. 37 tahun 2000 tentang penetapan Sabang menjadi Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas di wilayah Indonesia Bagian Barat. Dan sebelum diberlakukan UU tersebut pengelolaan Sabang secara nasional juga telah dipercayakan kepada institusi Badan Pengelola Kawasan Ekonomi Terpadu Sabang (BP-KAPET SABANG) berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 171 tahun 1998 tentang Kawasan Pengembangan Ekonomi Terpadu (KAPET) Sabang.

Antara Pemda Kota Sabang dengan Badan Pengusahaan Kawasan Sabang (BPKS) sebagai lembaga resmi yang ditunjuk oleh Gubernur NAD untuk mengelola kawasan perdagangan bebas dan pelabuhan bebas Sabang (amanat UU No.37 tahun 2000) dalam pengamatan peneliti telah terjadi perebutan kewenangan dalam pengembangan kawasan Sabang. Pemda Kota Sabang mengklaim lebih berwenang untuk mengelola daerahnya sesuai dengan ketentuan Undang-undang No.22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah. Sementara pihak BPKS juga merasa lebih berwenang secara makro untuk mengelola dan memasarkan kawasan Sabang secara Internasional. Pada sisi lain Dinas Pariwisata Provinsi NAD juga merasa lebih berkewajiban untuk mengurus, memasarkan dan memberikan petunjuk kepariwisataan kepada kabupaten-kabupaten yang ada di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) termasuk Kota Sabang, berdasarkan hak Otonomi Khusus yang diberikan Pemerintah Pusat (Undang-undang No.18 tahun 2001).

Jadi, banyaknya institusi yang ingin mengelola Kawasan Sabang ini, membuat semua pihak saling mengklaim bahwa mereka lebih berhak dalam menyusun strategi pengembangan dan pengelolaan kawasan Sabang. Perbedaan persepsi terhadap konsep kebijakan yang ada menyebabkan Pemda Kota Sabang tidak dapat mandiri baik dalam menyusun rencana pengembangan jangka panjang, ataupun jangka pendek karena ada pihak lain yang mengharapkan sinkronisasi dalam pembuatan konsep. Sementara untuk tahap pelaksanaan juga terdapat perbedaan-perbedaan prinsip, dimana umumnya yang pelaksanaan teknis selalu dilimpahkan kepada Pemda Kota Sabang, sementara tanggung jawab operasional saling diperebutkan pada tingkat yang lebih tinggi.

Jika dilihat dari berbagai peraturan dan kebijakan pada masing-masing level, maka Pemda Kota Sabang, bagaimanapun juga mesti mensinkronisasikan atau mengakomodir sebagai bahan masukan untuk selanjutnya mengkoordinasikan ke

masing-masing level tersebut agar kebijakan yang akan dibuat nantinya dapat dilaksanakan tanpa tumpang tindih, tanpa perbedaan persepsi sehingga pengembangan pariwisata Sabang dapat dilaksanakan secara terpadu.

Analisis SWOT.

Peneliti mencoba menganalisis model komunikasi pemasaran sebagai acuan dengan pendekatan pada konsep analisis "SWOT", yang dapat menjelaskan tentang Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Kesempatan (*Opportunities*) dan Tantangan (*Treats*). Sehingga jika terdapat aktifitas yang menyangkut atau yang berhubungan dengan perkembangan kepariwisataan perlu didayagunakan, kelemahan perlu dieliminir, seterusnya kesempatan atau peluang mesti dimanfaatkan atau setidaknya memilih alternatif yang paling menguntungkan atau juga perlu ditetapkan urutan prioritas alternatif pengembangannya, dan selalu waspada pada tantangan atau kendala yang menghambat proses pengembangan yang mungkin saja timbul.

Sifat analisis SWOT yang peneliti kemukakan ini sangat situasional. Artinya hasil analisis yang telah peneliti lakukan ini, belum tentu akan sama dengan hasil analisis yang akan datang, Karena semua faktor yang mempengaruhi biasanya selalu berubah-ubah. Hasil suatu analisis kualitatif seperti ini akan banyak ditentukan oleh faktor-faktor: situasi dan kondisi ekonomi, politik, stabilitas keamanan, dan keadaan sosial yang melatarbelakanginya. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Analisis SWOT Aktifitas Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Sabang

NO	KETERANGAN	S	W	O	T
1	Potensi Objek Pariwisata				
	➤ Daerah Tujuan Wisata Utama di NAD	V			
	➤ Secara Geografis Pulau Weh sebagai pintu gerbang ke Selat Malaka	V			
	➤ Daya tarik alam (wisata bahari) cukup kuat	V			
	➤ Memiliki kawasan pantai dan pulau yang relatif luas sebagai kawasan wisata			V	
	➤ Fasilitas sarana dan prasarana yang cukup				V
	➤ Masih terbatas fasilitas pendukung		V		V
	➤ Belum berkembangnya fasilitas kawasan				V
	➤ Transportasi wisata masih terbatas		V		
	➤ Sabang dijadikan sebagai pelabuhan dan perdagangan bebas	V			

2	<p>Kebijakan Pengembangan Pariwisata</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pariwisata sebagai sektor andalan ekonomi, kesempatan kerja dan devisa bagi Sabang dan NAD ➤ Kesempatan memasarka wisata Sabang dalam rangka IMT-GT (Saphula) ➤ Memiliki kesempatan mengembangkan wisata bahari ➤ Secara umum kawasan wisata Sabang belum sepenuhnya berkembang ➤ Kemudahan dan murah biaya masuk dan investasi ➤ Adanya perbedaan antara Pemda Kota Sabang dengan BPKS dan Dinas Pariwisata Prov.NAD sebagi akibat dari otonomi khusus ➤ Saling mengklaim dalam memasarkan wisata Sabang ke luar negeri ➤ Terjadi tarik ulur dalam pelaksanaan yang bersifat teknis ➤ Visi dan Misi yang terfokus pada pengembangan ➤ Manajemen strukut organisasi yang tumpang tindih ➤ Menjadikan Qanun sebagai landasan kunjungan wisata Sabang (pemberlakuan syariat islam) ➤ Kebijakan Darurat Militer yang melarang orang asing datang ke Sabang ➤ Sabang sangat aman dan tidak terkontaminasi oleh konflik Aceh ➤ Memiliki pangkalan Angkatan Laut sehingga tidak memungkinkan adanya gangguan keamanan 	V	V	V	V
3	<p>Aktifitas Promosi dan Sumber Daya Manusia (SDM)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Secara umum kegiatan dan fasilitas promosi masih terbatas ➤ Materi promosi yang digunakan masih sangat sederhana ➤ Informasi wisata yang belum memadai pada Daerah Tujuan Wisata yang 	V	V	V	V

Aktifitas Promosi dalam Pengembangan Pariwisata di Sabang Provinsi Nangroe Aceh Darussalam (Mahyuzar)

	<p>dikunjungi oleh wisatawan</p> <p>➤ Produk wisata dan atraksi wisata yang dijual masih secara tradisional</p> <p>➤ Masyarakat dan Pemda Kota Sabang belum memiliki kesepakatan secara konkrit dalam mempromosikan produk dan atraksi wisata</p> <p>➤ Lebih menonjol promosi yang dilakukan oleh pengusaha jasa wisata setempat</p> <p>➤ Munculnya media promosi lewat internet memberi kesempatan pemda untuk meningkatkan promosi keluar negeri</p> <p>➤ Pendidikan dari SDM yang dimiliki Pemda berpotensi bagi pengembangan promosi pariwisata</p> <p>➤ SDM yang mengelola pariwisata masih rendah</p> <p>➤ Pembinaan dan pelatihan peningkatan SDM masih jarang dilakukan</p> <p>➤ Tingginya faktor anggaran yang dibutuhkan baik untuk pembinaan dan pelatihan SDM juga untuk aktifitas promosi</p> <p>➤ Tingginya partisipasi masyarakat dalam mengembangkan pariwisata</p> <p>➤ Interaksi sosial antara warga setempat dan wisatawan asing menjadi pengikat lamanya turis asing tinggal di Sabang</p> <p>➤ Bentuk promosi yang paling kuat di Sabang melalui <i>Word-Of-Mouth Communication</i>, yakni informasi melalui mulut ke mulut dari satu turis asing ke turis lainnya.(informasi antar keluarga atau teman).</p>		V		V
			V		
			V		V
				V	
				V	
			V		
			V		
			V		
		V			
		V			
		V			

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2003

Keterangan:

- ❖ S = Strengths (Kekuatan)
- ❖ O = Opportunities (Peluang)
- ❖ W = Weaknesses (Kelemahan)
- ❖ T = Threats (Tantangan)

SIMPULAN DAN SARAN.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Aktifitas Promosi yang dilakukan Pemda Kota Sabang masih sangat terbatas wilayah jangkauannya. Bentuk, bahan dan media yang digunakan juga masih sangat sederhana. Pemda Kota Sabang tidak memiliki SDM yang handal untuk mengelola kepariwisataan. Para pengelola yang dimiliki sangat rendah kualitas Skillnya, dan sarjana DIII kepariwisataan hanya ada 2 orang namun juga tidak mampu untuk mempromosikan dan mengembangkan kepariwisataan Sabang. Dana menjadi kendala utama untuk melatih (diklat) tenaga terampil bidang ini.
2. Kebijakan Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Sabang berhubungan dengan kebijakan yang disusun oleh institusi terkait. Konsep kebijakan yang seharusnya saling mengisi, dalam kenyataan operasionalnya malah saling tumpang tindih (*overlapping*), bahkan terjadi perbedaan persepsi antar Pemda NAD yang diwakili BPKS, Dinas Pariwisata Provinsi dan Pemda Kota Sabang, sehingga yang terjadi adalah saling mengklaim berhak dalam pengelolaan dan pemasarannya. Akibatnya, perkembangan pariwisata di Sabang menjadi terkendala.

Saran

Saran yang dapat dikemukakan sesuai dengan hasil penelitian adalah:

1. Untuk lebih meningkatkan kualitas SDM pengelola kepariwisataan (pegawai Diskebpar), maka Pemda Kota Sabang harus lebih memprioritaskan anggaran yang memadai bagi pendidikan dan pelatihan khususnya peningkatan kualitas skill. Juga anggaran khusus bagi kelengkapan memadai (sarana dan prasarana) untuk beragam media promosi.
2. Untuk lebih mendinamisasikan strategi kebijakan pengembangan kepariwisataan Sabang, maka sangat diperlukan konsolidasi pada semua jenjang terkait. Sehingga ditemukan solusi dan menemukan formula (hasil kolaborasi dan kesepakatan bersama) dalam menetapkan kebijakan yang berorientasi kepada promosi pemasaran dan investor.

DAFTAR PUSTAKAN.

Bogdan & Taylor. 1982. *Introduction to Qualitative Research Methods*. Boston: Allyn and Bacon Inc

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Principles of Marketing. Ninth Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management. Tenth Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc. Upper Saddle River.

- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Rusidi. 1999. *Metodologi Penelitian Sosial*, Bandung : Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran
- Yoeti, Oka A. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Bandung : Angkasa
- a). 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : Pradnya Paramita
- b). 1997. *Tours and Travel Management*. Jakarta : Pradnya Paramita
- c). 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Firman. 2003. *Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Pemanfaatan Potensi Daerah di Kelurahan Iboih Kota Sabang. (Tesis)*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Nourman, Andri. 2001. *Kendala-kendala dalam pengembangan Pariwisata di Sabang Provinsi Daerah Istimewa Aceh (Tesis)*. Jakarta : Tesis-Universitas Indonesia
- Marzuki, Efrizon. 2000. *Pengembangan Strategi Pertumbuhan dan Pemerataan (Kajian Kebijakan Kapet Sabang)*. (Tesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Penyusunan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP), kerjasama Pemda Kota Sabang dengan Unit Kajian dan Pengembangan Pariwisata Universitas Syiah Kuala. 2001
- Program Pembangunan/Pengembangan Sabang, Tindak lanjut Inpres No.2 Tahun 2000. Pemda Prov.DI.Aceh. 2000.
- Rencana Induk Pengembangan Kawasan Pengembangan Ekonomi Terpadu (KAPET) Sabang. Badan Pengelola KAPET Sabang. 2000
- Undang-Undang Tentang Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Dinas Informasi dan Komunikasi Prov.NAD. 2001
- BPS Kota Sabang. 2002. Sabang Dalam Angka
- BPS dan BPPD Kota Sabang. 2002. Monografi Kota Sabang
- Unit Kajian Pengembangan Pariwisata (LP-Unsyiah). 2002. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kota Sabang